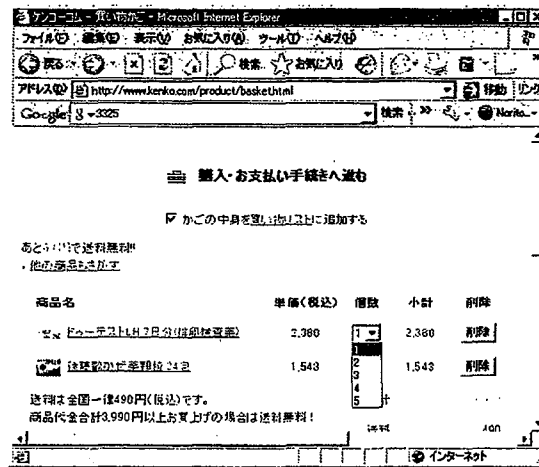


数量制限 — 過剰購入対策 —

●『過剰購入、大量購入への対処策は？』

- 厚生労働省の示す基準により数量制限を定めます。
- 各店舗は業界ルールに則って制限範囲内で販売することとします。購入希望数量はプルダウンメニューから選択することとし、各店舗が設定した数量以上は入力できないようにします。
- 数量制限の実効性を高めるため、業界として定期的に実態調査を行い、逸脱があれば、業界として指導を行うとともに、保健所等に通報することとします。

例)プルダウンメニューにより購入個数制限を実装したイメージ画面



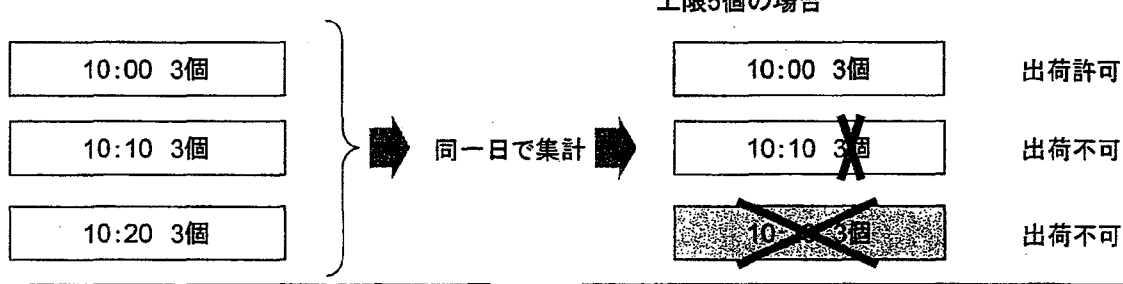
15

数量制限 — 頻回購入対策 —

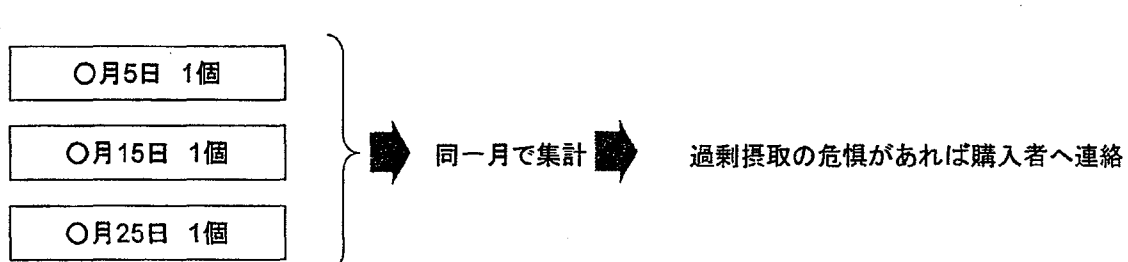
●『同一店舗における、頻回購入への対策は？』

- 同一顧客による同一日内の複数回注文は、店舗毎に名寄せを行い合計数量を集計し、制限値を超える申込に対しては販売しない。
- 目的外使用に使われやすい医薬品については、月次で事後的に同一顧客に対する販売個数を集計、異常量の購入があれば、必要に応じて適切な処置をとる。

■ 同一日の集計の例



■ 同一月の集計の例 (目的外使用に使われやすい医薬品)



29

16

誤用、事故等の防止措置

●『医薬品とその他商品を混同、誤用することはないか？』

【表示関連】

- サイト上では、医薬品と一般の商品とは、売場を別にします。
- 各医薬品には、リスク区分を明示します。

【出荷関連】

- 出荷の際、医薬品は内袋に入れるなど、他の商品と混同しないような措置をとります。
- 販売可と判断済の注文伝票と出荷内容が一致しているか確認を図ります。
- 医薬品の品質劣化、損傷を防ぐ梱包となっているかを確認を図ります。
- 気がかりな点があれば、使用を控え、専門家に相談する旨の文書を同梱します。


17

販売後の対応

●『使用時(後)に異常を感じたら？』

- 相談窓口の連絡先と対応時間を明記した紙を同梱します。

(以下、当然の異常の防止措置として)

- 健康被害や事故の発生等、使用者の健康が案じられる情報を把握した場合は、
 - 服用による被害を最小化するため、必要に応じて購入者へ連絡するなどの措置をとる。
 - 事後の被害拡大を防ぐため、業界で連携、当該品の販売を停止します。

医薬品と同梱する用紙のイメージ(例)

服用中のご相談・ご質問はこちら

気がかりな点や不明な点があれば以下にご連絡ください。

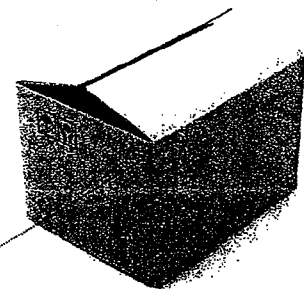
ドラッグKC

営業時間 9:00~17:00

電話番号 03-3xxx-xxxx

メールアドレス.....jp

販売薬剤師



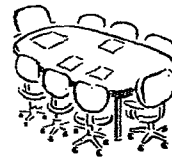
30

18

実効性の担保策

●『不適切販売を行う店への対策は？』

- 販売状況の見える化を図ります。
 - 各店舗は業務手順の明確化を図ります。
 - ✓ ネット販売の手順を定めます。
 - ✓ 業務手順を開示します。
 - ✓ 継続的に改善を図ります。
- 各事業者等に通報窓口を設置、業界全体で通報内容を共有します。
- 複数機関により、監視、調査活動を行います。
 - 保健所による監視
 - 業界による自主調査
 - 第三者機関による調査
- 業界団体が自主的に調査を行い、不適切な店舗については当局へ通報します。



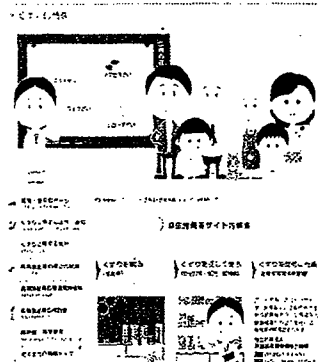
19

環境づくり

●『健康被害の未然防止のためにどうしたらよいか？』

- 医薬品医療機器総合機構と連携します。
- 市販薬の副作用、事故例の積極的な把握、収集、に協力します。
- 市販薬の購入実態の概況を、定期開示します。
- 医薬品の適正使用のための啓蒙活動を行います。
 - メルマガを利用した医薬品の適正使用に向けた啓蒙活動を行います。
- 医薬品医療機器総合機構と連携し、使用上の注意の変更など重要な情報が消費者に迅速に届くようにリンク等を設置します。
- 厚生労働省の「おくすりe情報」へリンクし薬の啓発普及を推進します。

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/iyakuhin/okusuri/index.html>



31

20

厚生労働大臣

舛添 要一 様

改正薬事法による医薬品のネット販売規制に関して

現在、貴省において、2009年の改正薬事法の施行に向けて関係省令等を検討されていると拝察致しますが、貴省主催の検討会（「医薬品の販売等に係る体制及び環境整備に関する検討会」）の報告書における医薬品のネット販売（ここでいう医薬品のネット販売とは、許可を受けた薬局・薬店が行うインターネットを通じた販売を指す。以下同じ。）の取扱いにつき、医薬品販売を通じて国民の健康に貢献すべき事業者として、重大かつ深刻な懸念を有していますので、下記の事項を強く要望致します。

なお、我々事業者は、使用上の注意事項等の情報提供を充実させることなど安全な医薬品販売の環境整備に今後ともより一層努めてまいる所存であります。

記

【要望内容】

検討会報告書によると第2類医薬品のネット販売については、「販売時の情報提供の方法について対面の原則が担保できない限り、販売することを認めることは適当ではない。」とされ、当該「対面の原則が担保できる場合」という条件についてなんらの提示がなされていない状況においては、現実的には第2類医薬品のネット販売ができなくなることが予想されます。対面の原則が求められる趣旨が「一般用医薬品の適切な選択及び購入、適正な使用に直接つながるものであることから、（中略）情報提供に購入者側のその時点における状態を的確に把握する」（検討会報告書抜粋）ことにあることからすれば、形式的に対面での販売が行われていさえすればその原則を満たすものではなく、また逆に形式的には対面での販売方法をとっていなくても、実質的に対面の原則の趣旨であると思われる、「医薬品の適切な選択及び購入、適正な使用のための的確な状況把握に基づく情報提供の実施」が満たされるものであれば、国民の健康維持という観点からは、適切な医薬品を購入し服用する機会を奪うべきではないと考えます。

この点、詳しくは理由として後述しますが、情報通信技術を活用した通信販売を行う場合においては、情報提供の工夫により、店舗販売の場合と同等に上記の趣旨を達成することができます。また、医薬品の通信販売は、生活インフラの一つとして消費者に浸透しており、その販売形態の必要性についても消費者において共通認識となっているものであります。また、アメリカ、イギリス、ドイツでは、一般用医薬品のネット販売は可能となっ

ています。

これらの状況を踏まえますと、検討会報告書におけるネット販売の取扱いの方向性は、ネットのみに不当な制限を課す明らかに過度な規制と言わざるを得ず、利用者のニーズを無視したものであります。

我々医薬品のネット販売に関わる事業者は、対面の原則の趣旨を全面的に否定するものではなく、むしろ医薬品の適切な選択・購入、適切な使用を実現するための情報提供は重要なものと認識しております。ただし、その趣旨を達成することができる手段として、店舗における情報提供・相談応需のほかに上記の必要性を有するネット販売も同様に認めるべきであり、その販売が許容されるための情報提供・相談応需についての条件について実態等を踏まえて個別に今後十分な議論を経たうえで、省令に位置づけていただくことを強く要望するものです。

なお、我々は、今後の省令等の検討につきまして、日本における医薬品のネット販売の現状や利用者が求める情報提供のニーズ等につき、貴省及び貴省のご担当者に説明等による協力を申し上げる所存であり、我々事業者は、そのような協力等を通じて、貴省の活動及び安全な医薬品販売の環境整備に建設的な貢献をし得ると考えています。

【理由】

1. ネット販売による対面の原則の実質化について

ネット販売においても、対面の原則の趣旨であると思われる、「医薬品の適切な選択及び購入、適正な使用のための的確な状況把握に基づく情報提供の実施」を店舗での販売の場合と同等あるいは容易に達成することができる場合があります。具体的には例えば以下のとおりです。

- ・ 医薬品の詳細情報の入手に関しては、商品購入画面から医薬品の詳細情報について説明した公式ページにリンクをはることができるため、ワンクリックで詳細な情報を提供することができます。
- ・ 質問・相談応需に関しては、メールやメールフォームなどによる質問・相談があった場合にはその質問内容や回答内容を保存しておくことができるため、過去の質問・相談内容を参照した上で、相談時点の状態に応じた情報提供・相談応需が可能です。
- ・ 商品の選択に関しては、ネット上の検索ツールを使って多様な商品の情報を参照した上で商品を選択することができます。
- ・ 購入に関して羞恥心を伴う種類の商品（育毛剤、水虫薬、生理用品、避妊薬・避妊具、妊娠検査薬等）に関する情報提供については、電話・メール・メールフォーム等のネット上のツールを用いることにより、羞恥心を感じることなく相談することができるため、十分な情報提供を受けることが可能です。
- ・ 医薬品の安全情報・禁忌情報の提供に関しては、メールアドレス・電話番号・住所等の登録情報を利用して、個別に直接的な情報提供をすることができます。

このように、ネット販売は、対面での販売と並んで対面の原則の趣旨を達成することができるものですので、そのような現状に鑑み、情報提供・相談応需に関する対面の原則が担保できる条件について、ネット販売の実態等を踏まえて個別に今後十分な議論をすることこそ重要であります。

2. ネット販売の必要性について

医薬品のネット販売は、生活インフラとして既に定着しており、それらが否定されることは、消費者の必要性を著しく阻害することになります。消費者のニーズとしては、具体的には、例えば、以下のものが挙げられます。

・時間的に制限のある購入者のニーズ

- －乳幼児や要介護者を抱えるなどの事情から外出が困難な家族のケース
- －共働き世帯のケース
- －多忙で店舗の開いている時間に行き物に行くのが困難なケース。

など

・地理的に制限のある購入者のニーズ

- －近隣に薬局・薬店が無い地域に在住しているケース
- －外出が困難で店舗に出向くことができない高齢者・障害者のケース
- －常用している医薬品がなじみの薬局・薬店にはあるが引越し先近辺の薬局・薬店には販売されていないケース

など

3. 諸外国における規制との比較について

諸外国における医薬品のネット販売の規制の状況については、例えば、アメリカ、イギリス、ドイツでは、一般用医薬品のネット販売が可能となっています。したがって、ネットでは十分なコミュニケーションができないことを理由に販売を制限することは、過度な規制と言わざるを得ません。

4. 対面による相談ができないことを原因とするトラブル事例について

上記報告書を検討する会議においても、ネット販売であることを起因とするトラブル（対面による相談ができないことを起因とするトラブル）事例は特段示されていません。

したがって、ネット販売を他の手段と比較して過度に制限すべき理由は存在しないと考えます。

5. 省令案等ルール検討過程について

上記報告書を検討する会議には医薬品をネット販売している事業者の代表が参加しておらず、また、報告書の内容についても広く意見を求めているので、多様な意見の反

映が十分になされていないまま議論が行われているおそれがあります。また、当該検討会で、医薬品のネット販売を行う事業者の団体がプレゼンテーションを行い、現状における情報提供のあり方等を説明しましたが、それに関する議論は1回しか行われなかったため、当該情報提供の内容が具体的にどこが不足しているのかなどの実質的な議論まではされていません。

したがって、省令等の検討においては、医薬品のネット販売の状況や利用者のニーズ等の現状把握が必要不可欠と考えられます。

以 上

2008年8月7日

(上記の趣旨に賛同して、下記の102社が連名。五十音順。)

1. 販売事業者

株式会社青葉	代表取締役 渡辺 泰捷
有限会社アサヒ薬局	薬品管理者 田村 恵子
有限会社イサミ薬品	店長 菅谷 共起
一心堂漢方株式会社	代表取締役 荻 秀幸
一成堂薬品	岡部 祐子
井上薬品	井上 典久
岩津薬房株式会社	代表取締役 岩津 武
岩間薬局	店舗運営責任者 石原あかり
株式会社インテリムジャパン	相部 有美
有限会社ウィンズ	代表取締役 荒木 司
株式会社ウエダ薬局	福本 雄志
有限会社ウエット	代表取締役社長 曾根 潤二
有限会社ウェルネット	代表取締役 尾藤 昌道
有限会社鋭進	ネットストア店長 岡崎 康弘
大宮パークドラッグストア	取締役 岩波 茂雄
オカムラドラッグ	代表 岡村 昇
有限会社オリオンドラッグ薬局	店舗運営責任者 堀内 美和
有限会社快誠堂	代表取締役 今村 恒
刈谷みさき薬局	店長 神谷 吉秀

有限会社河内屋エナジー	代表取締役 山内 和也
有限会社漢方の葵堂薬局	西岡 敬三
有限会社菊屋薬局	代表取締役 新淵 宏
合名会社君島薬局	管理薬剤師 君島 典子
株式会社くすりのフタバ	WEB担当 若松 浩
有限会社薬の山下薬局	代表 山下 房子
くすりのゆうみん舎	販売管理師 小笠原 二三男
くすりのヨシハシ	店長(薬剤師) 今北 貴也
くすりのライフ	店長 伊藤 秀敏
有限会社グランドプラス	専務取締役 加地 真紀恵
ゲンキーネット株式会社	取締役社長 小原 剛
有限会社健康堂薬品	代表取締役 安井 正朗
ケンコーコム株式会社	代表取締役 後藤 玄利
株式会社ケンミン	代表取締役社長 大波多茂俊
廣貫堂メディフーズ株式会社	取締役統括部長 富士原 尚文
株式会社更生堂薬局	原見 高弘
神戸船舶薬品株式会社	代表取締役 八木 洋
光和薬品商事株式会社	代表取締役 米田康郎
株式会社互研	代表取締役 長江 喜久夫
株式会社ココ第一薬品	代表取締役 社長 浅野 学
有限会社コスモ薬品商事	代表取締役 早川 茂樹
株式会社コトブキ薬局	代表取締役社長 別府 淑子
このみ薬店	店舗運営責任者 尾崎 りつ
株式会社コメヤ薬局	店長 小谷 華織
株式会社コヤマ薬局	代表取締役社長 小山 義治
有限会社 近藤薬草店	代表取締役 近藤 太一
株式会社佐々木薬品	津高 頼基
株式会社サツマ薬局	取締役 野口 裕司
株式会社サンエー	代表取締役 畝元 晶
株式会社 シーディ	社長 柴田 恭志
株式会社シーフライト	代表取締役 石田 和睦
有限会社十字堂薬品	代表取締役 広瀬 清
株式会社シレスト	管理薬剤師 沖野 芳行
株式会社 ジューゴ	代表取締役 種谷 悟
昭和薬品株式会社	代表取締役 新谷 正樹
有限会社 シンエイ	代表取締役 辻 佳克

有限会社新薬堂薬局	代表取締役 竹内 進
有限会社スギョウファーマシー	取締役社長 須堯 善司
有限会社スマイル	代表 松村 秀一
株式会社セイジョー	営業本部CS推進部ネット通販課課長 相本 義人
株式会社セキ薬品	店長 棚部 崇博
株式会社創快ドラッグ	代表取締役社長 巽 達志
大源製薬株式会社	代表取締役 腰山 武史
株式会社泰山堂	代表取締役社長 金成 敏史
有限会社多賀城ファーマシー	専務 根本 一郎
株式会社タケダドラッグ	本部事務局長 山内 政義
有限会社たにがわ薬局	取締役 谷川 浩子
田ノ上薬局	薬剤師 田ノ上 一郎
有限会社タレントッドファーマ	代表取締役 米澤 由幸
有限会社ティーディーエス三条	代表 竹田 勝代
有限会社中央薬局	代表取締役 河野 敬三
中央薬品株式会社	代表取締役 新田 茂彦
有限会社つちえ薬局	代表取締役 土江 孝
株式会社トキワ薬局	代表取締役 高畠 航
有限会社トップ薬品	取締役 大塚 哲也
株式会社ドラッグピュア	代表代行 松田 誠司
有限会社ドラッグメディカ	代表取締役 日比 謙吉
有限会社なるほ堂薬局	取締役 鍵岡 正文
株式会社ニッショードラッグ	店長 矢野 貴士
有限会社萬里薬局	店長 石井 孝憲
株式会社ビーオーエス	代表取締役 加藤 匠
光る堂薬局	白石 光彦
株式会社ビューティーサイエンス	代表取締役 藤田 道広
ファルメディコ株式会社	取締役社長 狭間 研至
株式会社ププレひまわり	店舗運営部販促企画課主任 藤井 琢三
松尾薬品産業株式会社	寺本 伸一
松田製薬株式会社	代表取締役社長 松田 均
株式会社まるあい	代表取締役 河本 裕之
有限会社ミカワ薬局	代表取締役 川邊 隆子
株式会社ミサワ薬局	代表取締役 三澤 光代
合資会社ミドリ薬局	無限責任社員 市原 秀一
株式会社メディスンプラス	代表取締役 川口 爲之

有限会社 山口	取締役 山口 剛史
株式会社やまざき	代表取締役 山崎 勝昭
株式会社ヤマ新	代表取締役社長 近藤 二郎
株式会社ヤマト	代表取締役 藤村 義則
ユウキ薬局	下村 紀子
有限会社横川ヤマト	店舗運営責任者 山田 秀文
株式会社ライブショップメイト	武田 隆
有限会社ライフライン	井上 悦希
有限会社リライヴ	代表取締役 福永 勝秀

2. インターネットショッピングモール運営事業者

ヤフー株式会社	代表取締役社長 井上 雅博
楽天株式会社	代表取締役会長兼社長 三木谷 浩史

以 上